

Challenge

Un autre regard sur l'entreprise

PRO

Dossier

Investir au Cameroun
Regard croisé des invités

- Donald Kaberuka
- Paul K. Fokam
- Stephane Fouks...

Guide du Manager

Jean Pierre Imele conseille
l'ouverture du capital
social aux tiers

Cas d'entreprise

Express Union, les
confidences d'un
champion national

Alamine OUSMANE MEY

Ministre des Finances

**Performant
du privé au public**

Interview

Edouard FOCHIVE

DG de Marine Magistrale (2M)

« Il faut une société de transport
maritime au Cameroun »

Performance

Recettes pour mieux accueillir vos clients

Pour booster les ventes d'une entreprise, la relation-client est un élément très important.

L'évolution de la relation client depuis une dizaine d'année en Europe, nous montre à quel point l'expérience positive vécue par le client est importante pour pouvoir réaliser une vente et surtout fidéliser le client. Au Cameroun nous sommes en plein dans une démarche similaire car la fidélisation est un moteur de croissance !

Voici quelques chiffres cités dans le dernier numéro de la revue « Relation client » N° 115, Printemps 2016 :

- Northwestern University : 15 % des clients les plus fidèles contribuent à 60 % des ventes totales de l'entreprise.
- Bain & Company : avec moins de 5 % de clients perdus, l'entreprise améliore ses bénéfices nets de 25 à 85 %. 1 % de fidélisation en plus réduit les coûts de 10 %.

Les études montrent clairement que des clients qui vivent une expérience d'achat agréable sont prêts à acheter plus et à rester fidèles. Au contraire, une expérience désagréable risque de faire partir définitivement le client.

Tout est donc fait actuellement pour diminuer tout ce qui peut gêner l'expérience du client. Il faut simplifier au maximum et donner du plaisir.

Grosse opportunité

Que faut-il donc faire pour cela ? Cela commence par un véritable accueil du client qui vient d'entrer dans le point de vente. Il est une personne importante. C'est lui qui permet de payer tout le monde dans l'entreprise, cela est trop souvent oublié. Nous devons constater que dans beaucoup de structures commerciales, le client n'est pas, ou mal accueilli ! Une enquête « client mystère », menée dans le cadre de la préparation d'une formation nous a montré clairement que l'accueil est plutôt une chose rare.

Durant la visite de 12 magasins de matériaux de construction et rénovation de diverses enseignes, un accueil véritable n'a été réalisé que dans seulement 2 magasins. La prise en charge réelle du client n'a été correcte que dans 2 cas. Et aucun commercial n'a tenté de conclure la vente. L'efficac

ité commerciale est donc quasi nulle ! Peu de responsables commerciaux sont conscients de cela.

Comment réaliser un bon accueil ?

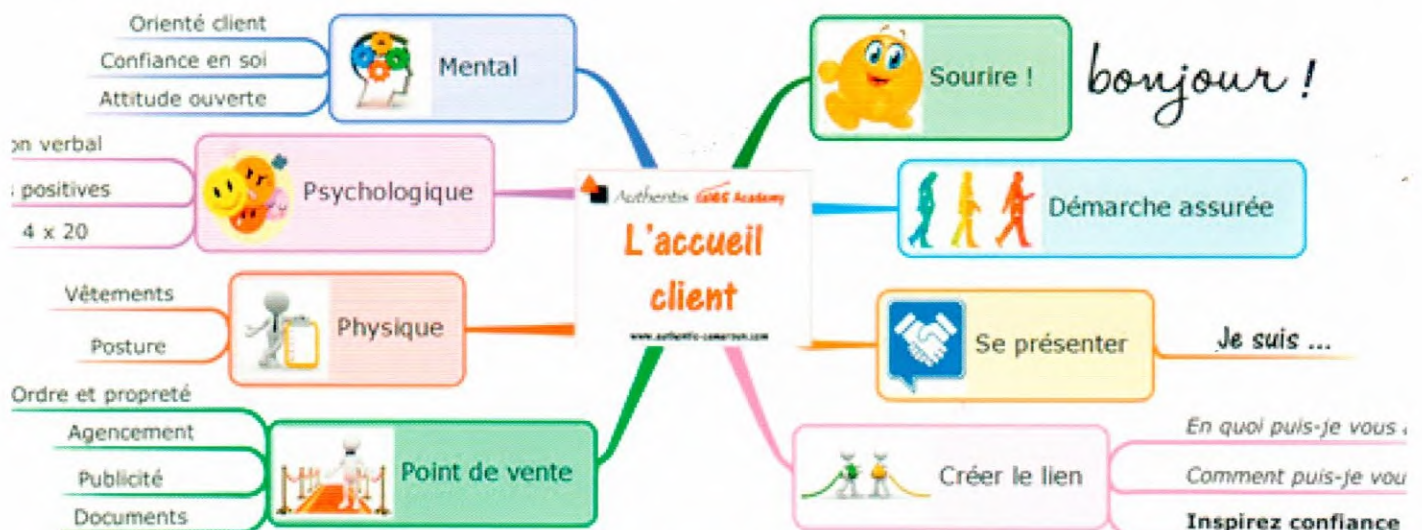
Voici les points clés :

Tout commence par l'attitude du commercial qui se traduit dans son non verbal.

La règle des 4x20 donne les éléments de base qui permettront de donner une bonne impression, qui inspire la confiance et qui permet de créer le lien indispensable pour avoir un dialogue commercial.

L'interlocuteur veut être rassuré et être dans une relation de confort émotionnel (même si au Cameroun le client n'a pas toujours cette exigence, cela viendra, comme cela est venu sous d'autres latitudes).

Quels sont donc les éléments qui vont jouer sur cette première impression et sur la création du lien ?



La première impression est essentiellement liée au Non Verbal

1/ Les 20 centimètres de visage

Les études montrent qu'il suffit d'1/10ème de seconde pour faire une impression sur base de l'expression faciale. C'est donc la première chose qu'il faut soigner !

Il faut montrer un visage ouvert, détendu, un regard franc et bien sûr, sourire !

2/ Les 20 premiers pas et gestes

Montrez une attitude affirmée, de disponibilité, d'ouverture. Le corps est redressé, ouvert avec des gestes d'accueil. La tenue vestimentaire joue également son rôle dans l'impression générale. Elle est soignée et propre.

3/ Les 20 premiers mots

La voix est essentielle dans la captation de l'attention et doit créer une émotion positive. Saluez votre interlocuteur d'un « *Bonjour, Monsieur ou Madame* », avec une voix assurée, claire et douce.

Présentez-vous selon la situation. Par exemple : Je suis Serge, je suis à votre disposition quand vous aurez besoin de moi. Ou encore : Je suis Edith, comment puis-je vous aider ?

4/ Les 20 premières secondes

Ces éléments de notre attitude générale exprimés à travers le non verbal vont déclencher des « *impressions émotionnelles* » positives et/ou négatives en fonction des filtres de la personne qui est en face de vous.

Le jugement est souvent très rapide et souvent inconscient. C'est la première impression. Cela ne dure que très peu de temps... et comme on dit : nous n'avons pas deux fois la chance de faire une bonne première impression... Cela ne s'improvise pas... il faut se préparer et se former. Et attention : le non verbal ne ment pas ! Il ne s'agit pas d'une comédie, il faut avoir envie



de se connecter au client...

Nous pouvons vous aider à évaluer et à améliorer de manière extraordinaire la qualité de vos commerciaux et vous permettre de vendre plus !

Authentis Sales Academy vous propose des formations sur la relation client et les techniques de communication et de vente. Voir notre site Internet www.authentis-cameroun.com
Nous proposons également des at-

eliers spécifiques en magasin pour améliorer l'accueil et la prise en charge des clients.

- Comment accueillir les clients et créer le lien
- Dialoguer avec le client pour découvrir ses besoins
- Présenter et argumenter
- Savoir conclure la vente et fidéliser le client

Contactez-nous !

Celui qui ne sait pas sourire ne doit pas ouvrir boutique. Proverbe Chinois

